العدد (555) □ الاثنين 3 جمادى الآخرة 1428 هـ السنة الثانية
Mon 18 June 2007 - Issue no (555)
الوطن
features
features@alwatannews.net

رئيس الهيئة العامة للاستعلامات بمصر لـ «الوطن»:

البحرين رائدة في الصحافة الخليجية لما تتمتع به من حرية رأي واسعة

لا أحد يستطيع أن ينكر دور مصر الحضاري والنهضوي طيلة قرون من الزمان، وقد شهد الإعلام المصري نهضة إعلامية يشهد لها القاصي والداني لما لها من خصوصية وانفرادية على المستويين المحلي والدولي، ساعدها في ذلك ما تتمتع به من ثروات فكرية وبشرية هائلة، ساهمت في أن تكون مصر في مصاف الدول المتقدمة إعلامياً، وليس ذلك بغريب أو مستهجن، فمصر العروبة والإسلام، هي ذاتها مصر الريادة، ومهما قيل عن أسباب تراجعها أو تخلفها السياسي في الوقت الراهن، فإن كلمة حق لابد أن تقال في حق رجالاتها وأهراماتها ونيلها الذي لن ينضب أبداً.

حاورته في القاهرة:
بثينة قاسم

تشكل الهيئة العامة للاستعلامات أحد أجنحة المنظومة الإعلامية المتكاملة في مصر، حيث أقمار مصر التي تحمل اسم النيل (نايل سات)، ومدينة الإنتاج الإعلامي ''وليوود الشرق'' حيث تقوم رسالة الهيئة الأساسية على متابعة أهم الأحداث والقضايا المثارة على الساحة الداخلية والخارجية في ظل عصر يسوده البحث عن المعرفة والحقيقة بأحدث التقنيات، وتشكل الصحافة المصرية عنصراً مهماً من عناصر البحث عن الحقيقة، ويتفرع عن الهيئة قطاعات عديدة منها قطاع المعلومات والبحوث وشبكة الإنترنت، وقطاع الإعلام الداخلي، والمركز الصحافي للمراسلين الأجانب، وقطاع الخدمات المركزية وأخيراً قطاع الإعلام الخارجي، وهذا ما نحن بصدد التعريف به بشكل موسع في حوار أجرته ''الوطن'' مع وكيل أول وزارة الإعلام، رئيس قطاع الإعلام الخارجي طلعت لطفي.

الدور والرسالة ..

■ نعلم أن قطاع الإعلام الخارجي هو أحد أجنحة الهيئة العامة للاستعلامات بمصر، المعني بالشؤون الخارجية، إذ يعد بمثابة همزة وصل بين مصر والعالم الخارجي بأكمله، وللقطاع الخارجي مكاتب إعلامية في سفارات عديدة حيث يمتلك 32 مكتباً، منها 9 مكاتب في أوروبا، 4 في أمريكا الشمالية، 4 في آسيا، 3 في أفريقيا، 11 مكتباً في العالم العربي، ومكتباً بإسرائيل، فما هي مكونات القطاع، وما هي أنشطته؟

- القطاع يرأسه رئيس قطاع بدرجة وكيل أول وزارة يساعده 3 وكلاء وزارة ينقسمون حسب التقسيم الجغرافي والنوعي للأداء، وكيل وزارة خاص بأوروبا والأمريكتين، ووكيل وزارة خاص بآسيا وأفريقيا وأستراليا، وقد كان لدينا في السابق مكتب بأستراليا سنعيده في المستقبل إن شاء الله، ووكيل وزارة خاص بالعلاقات الخارجية بما فيها جمعيات الصداقة التي تربطنا بالعالم بأكمله، كجمعيات الصداقة المصرية - البحرينية، وجمعيات الصداقة المصرية - الأمريكية، وجمعيات الصداقة المصرية - الفرنسية، إضافة إلى المؤتمرات التي تعقد بين مصر ودول العالم المختلفة من ناحية إعلامية، أضف إلى ذلك أبناء الوطن الموجودين بخارج مصر وبمراكز تجمعهم في أستراليا وكندا وأمريكا وأوروبا. كما لايخفى على أحد مهمة قياس الرأي العام الدولي إزاء قضية معينة تهمنا كصناع قرار وكنخبة إعلامية وسياسية في مصر .. هذه كلها جمعناها فيما يسمى بالعلاقات الخارجية، وهذا هو الهيكل المهني لقطاع الإعلام الخارجي، يساعده مركز صحافي للمراسلين الأجانب الموجود في مبنى التلفزيون المصري في ''ماسبيرو'' لمعاونة الصحافيين والمراسلين الأجانب المعتمدين في القاهرة والزائرين لها بصفة مؤقتة، وتتلخص مهمة المركز الصحافي للمراسلين الأجانب في تسهيل عمل المراسلين والصحافيين الأجانب من خلال مجموعة من المراكز الصحافية الدائمة والمؤقته التي يتم تنظيمها لتغطية أعمال المؤتمرات والمناسبات داخل وخارج مصر.

وتعد جمهورية مصر العربية الدولة الرابعة على مستوى العالم في عدد المراسلين المعتمدين والبالغ عددهم حوالي 850 مراسلاً وصحافياً، ويزورنا في السنة حوالي 4200 - 4300 صحافي لتغطية أحداث أو مناسبات معينه، إذاً نحن أمام ما يفوق الـ5000 زائر، هؤلاء لابد أن يكون لهم جهاز يسهل لهم مهامهم الإعلامية، ومن هنا تظهر أهمية المركز الصحافي للمراسلين الأجانب كأحد أهم الجهات المعنية بالإعلام الخارجي وهو خير معاون لقطاع الإعلام الخارجي من خلال تقديم التسهيلات الأمنية، وتسهيلات دخول أجهزة التصوير وما شابه، والمساعدة في أداء دور قطاع الإعلام الخارجي في نقل رسالة إعلامية حقيقية وموضوعية عما يجري على أرض مصر إلى الإعلام الأجنبي.

■ هناك من يخلط بين المكتب الإعلامي والملحقية الثقافية، فما الفارق بينهما ؟

- نحن نملك 32 مكتباً إعلامياً في الخارج، وظيفتها طرح صورة مصر في مختلف مناحيها الحضارية، التاريخية، الفنية، الجغرافية، الأدبية، الاقتصادية، السياسية، الاستثمارية وهي أيضاً تقوم بالمهام الثقافية. أما المستشار الثقافي أو الملحقية الثقافية فإنها تقوم بالدور الثقافي فقط، ومن هنا كان المستشار الإعلامي والمتحدث باسم السفارة المصرية في الخارج منوطاً به كافة مناح الحياة المصرية وليس الثقافية فحسب. وتتركز الملحقيات الثقافية في العديد من دول العالم التي يوجد فيها بكثرة دارسون مصريون كفرنسا مثلاً، وتوجد في معظم دول الخليج العربي ملحقيات ثقافية، حيث كثافة الدارسين والمثقفين والمعلمين المصريين هناك، وإذا كانت مملكة البحرين لا يوجد بها ملحقية ثقافية، فهناك الزميل جابر حيدرحيث يقوم بهذ الدور وهو كفؤ لذلك.

■ وماطبيعة عمل مكتبكم في «إسرائيل»؟

- مكتب طبيعي كبقية مكاتبنا الإعلامية في العالم، فكما تعلمين بيننا وبين (إسرائيل) معاهدة سلام موقعة منذ عام 1979 ''كامب ديفيد''، وهناك تمثيل إسرائيلي في القاهرة وتمثيل مصري في تل أبيب، ويقوم المكتب الإعلامي بالسفارة المصرية في إسرائيل بطرح ما يجري في مصر وما يهمنا طرحه في المجتمع ولدى النخبة الإسرائيلية إزاء قضايا بعينها مثلاً، أو يقوم بالرد على تعليقات أو أخبار قد يجانبها الصواب، أو قد تكون مفتقرة للدقة، أيضاً فإن المكتب يساند أعضاء السفارة والسفير فيما يقوم به من دور للتعريف بدور مصر في عملية السلام وفي استمراريتها باعتبار أن مصر كانت المبادرة للسلام منذ زيارة الرئيس الراحل السادات للقدس في نوفمبر 1977.

■ وما هي الصعوبات التي تواجه قطاع الإعلام الخارجي بشكل عام ؟

- صعوبتان :الأولى أصبحت في الماضي حيث ضرورة الاستفادة واستثمار كافة التطورات التكنولوجية في وسائل الإعلام والاتصال المعاصرة لخدمة الرسالة الإعلامية ومكاتبنا في الخارج، وقد استطعنا بعون الله التغلب عليها تماماً بمسايرة تكنولوجيا العصر داخل هيئة الاستعلامات، ومكاتبنا الخارجية في التواصل من خلال استخدام تلك التكنولوجيا الحديثة، حيث استخدام الكمبيوتر، والإنترنت، والإيميل، والفيديو كونفرانس واستبدال ذلك عن المخاطبات الورقية، والحقيبة الدبلوماسية، والفاكس والاتصال الدولي، فهي مكلفة من جانب وغيرعملية من جانب آخر.

أما الصعوبة الثانية: فتتمثل في اختيار من يمثلنا في الخارج، فالإعلامي الذي سيكون متحدثاً باسم سفاراتنا في الخارج يفترض به أن يكون ملماً بموضوعات مختلفة، ومن خصائص القائم بمهمة الإعلام الخارجي الحصافة الدبلوماسية، وفنون الدبلوماسية المعاصرة، والتفاوض، وأن يكون ملماً بعلوم الاتصال، وأن يكون لديه خلفية ثقافية عن فروع الدراسات الإنسانية وأن يتمتع بسلوك حضاري واع، وأن يمارس عمله الإعلامي بمهارة وحرفية.

ويتطلب انتقاء القائم بمهام الإعلام الخارجي نوعية ذات كفاءة معينه وأن يتمتع بلغة معينة، ففي اليابان مثلاً عليه أن يتقن اللغة اليابانية، وفي الصين علية أن يتقن الصينية .. وهكذا لأن الانتقاء في حد ذاته يشكل صعوبة، لأنك حين تبحثين عن شخص فيه كل تلك المميزات والخصال، فأنت تبحثين عن عملة نادرة الآن، وتتم الاستعانة ببعض الخبرات في وزارات الإعلام ووزارة الخارجية لسد النقص لدينا.

■ ألا تدخل عوامل أخرى كالمحسوبية والواسطات في اختيار من يمثل مصر في الخارج؟

- من الضروري أن لا يدخل عنصر المحسوبية والواسطات في عملية تمثيل مصر في الخارج، والواسطات ليس لها مكان في تمثيل مصر في الخارج، فنحن نبحث عن قوة قادرة على التحدث عن مصر بكفاءة وبلغة أهل المنطقة الموفد إليها الدبلوماسي .. ليس هناك لا من بعيد ولا من قريب شبهة بواسطة أو محسوبية في اختيار من يمثلنا في الخارج، من لديه الكفاءة لا يبحث عن واسطة!

ومهما تدخلت تلك العوامل، فإلى أين ستضع الشخص المحاطة به هالة الواسطة، سيأتي يوم تنكشف فيه الحقائق، ولن تبقى سوى حقيقة المرء نفسه!

ضمن أفضل خمسة مواقع ثقافية

■ هل ثمة خطط ومشاريع مستقبلية لتطوير القطاع ؟

- إن طبيعة الهيئة هي التطوير، والاستاتيكية في العمل الإعلامي والسياسي تذهب به إلى غياهب التاريخ، كما أن أهم السمات الأساسية للإعلام هي الحداثة، ولابد من مواكبة التطوير خاصة أن العالم أصبح قرية كونية. لقد وضعنا منذ البداية خطة نفذنا منها الكثير ومازلنا ننفذها فعلى سبيل المثال، أن نحول القطاع ضمن منظومة الهيئة العامة للاستعلامات وفي إطار منظومة الإعلام المصري كله على طريق التطور التكنولوجي، ما يعني الاستفادة بكل المداخلات العلمية والتقنية لمسايرة ما يجري على الساحة العالمية الإعلامية، وقد بدأنا منذ سنوات نطرح الآليات التكنولوجية المعاصرة لكي نخاطب العالم بلغته التكنولوجية، وقد استفدنا بصورة كبيرة من الموقع الرسمي للدولة على الإنترنت، ويمثل موقع الهيئة العامة للاستعلامات على الشبكة العالمية للمعلومات تطوراً نوعياً ونقلة تقنية بشهادة منظمة اليونسكو التي اختارته في أكتوبر 2000 ضمن أفضل خمسة مواقع ثقافية في العالم، لغزارة نتاجه العلمي والثقافي والإعلامي.

فقد اشتمل موقع الهيئة على الإنترنت حتى منتصف2004 على:

50 مليون كلمة، و 78 ألف صورة ثابتة ومتحركة، و2500 ساعة AUDIO، و 2600 ساعة فيديو، و 12 ساعة لبث تلفزيوني، و24 ساعة لبث إذاعي وقد زار الموقع350 مليون زائر.

ويضم الموقع أكثر من 200 ألف صفحة منذ تاريخ الافتتاح حتى الآن في 22 ملف مقسمة إلى قسمين: يضم القسم الأول وثائق مصرية ويضم القسم الثاني وثائق إقليمية ودولية.

■ ما تقييمكم لمكاتبكم الإعلامية في السفارات بالخارج، وما أنشط مكتب إعلامي لديكم؟

- لأننا بشر، فإن الإعلام الداخلي والخارجي مهما بلغ مداه في الرقي والتقنية، يبقى للعنصر البشري «الاتصال المباشر» خصوصية وانفرادية، وعلى ضوء ذلك ما لم يكن القائم بمهام الإعلام الخارجي ممن يمتلك الكفاءة الاتصالية والخبرات التراكمية ما يجعله يتواصل مع (المستقبل) لن يفلح في أداء مهامه.. ومن هنا كان اختيار العنصر البشري هو الوظيفة الأساسية لقطاع الإعلام الخارجي، والاختيار يتم عبر مراحل اختبارات طويلة، تبدأ باختبارات التكنولوجيا الحديثة ثم اختبارات اللغة فاختبارات تحريرية للمعلومات العامة والكفاءات العلمية ثم اختبارات فردية للشخص ذاته وخلفياته الثقافية، العلمية، السياسية وقدراته على الاتصال بالآخر. هذه الاختبارات الطويلة هي التي ينتج عنها ملحق أو مستشار إعلامي وفقاً لخلفياته وخبراته ومهاراته ولغته.

ومعظم مكاتبنا الإعلامية في الخارج تؤدي مهامها على أكمل وجه وأسطيع أن أقول عنها: إنها ممتازة، وهنالك مكاتب تؤدي عملها بدرجة جيد جداً وهناك مكاتب تؤدي عملها بدرجة جيد .. وأقل من ذلك لانقبل، ومن يقل عن هذا الأداء ستكون هناك تساؤلات حول أدائه، ونمنحه في القطاع تقارير كل 3 أشهر، ثم كل ستة أشهر وكل سنة، وإذا ثبت ضعف أدائه في الثلاثة الأشهر الأولى وأنه لايرقى للمستويات الثلاثة المذكورة، نبعث له بتوجيه أو ما يشبه الإنذار، فإن لم يتحسن أداؤه نضطر إلى تغييره واستبداله.

وتلعب الحركة الثقافية والتنموية دورها في مدى نشاط وفاعلية مكاتبنا الإعلامية في الخارج، فثمة دول تمتاز بحركة وديمومة على المستوى الثقافي مما يجعل المكتب الإعلامي هو الآخر في حركة، ولما عملنا إعادة ترسيم وهيكلة لمكاتبنا الإعلامية، عمدنا إلى إغلاق مكاتبنا في الدول التي يعتبردورها في التأثير الدولي والإقليمي وتأثيرها في العالم العربي ليس على مستوى عال، وذلك ترشيداً للنفقات وأبقينا المكاتب في الدول التي لنا فيها علاقات متينة.

■ هل أنت راض عن حجم المخصصات التي تصرف من الحكومة على القطاع الخارجي؟

- المسألة مرتبطة بالحالة الاقتصادية للبلد، كل دولة وفقاً لموقفها الاقتصادي تحدد حجم المنفق على رسالتها الخارجية بشكل عام سواء الدبلوماسية أو الإعلامية أو الثقافية أو غير ذلك، فالدولة لا تبخل علينا بمال في سبيل القيام بالرسالة، وكل ما يطلبه المستشار الإعلامي ونرى فيه عائداً إيجابياً أو نفعاً يعود على علاقاتنا الدولية، فإننا لا نبخل عليه والدولة تعطينا ما تيسر لها، ويبقى أن نقوم بما كلفنا به.

فوضى خلاقة

■ لايزال موضوع الإعلام وحرية الصحافة وحق الاتصال وغيرها من هذه العناوين تثير جدلاً كبيراً ليس على مستوى المتخصصين فيها فحسب، بل على مستوى المنظمات الدولية والهيئات العامة في العالم.

- كونكم رجلاً إعلامياً، لكم باعكم في الحقل الإعلامي، بودنا أن نعرف إشكاليات الإعلام في دول العالم الثالث.

أهم إشكالية يعاني منها الإعلام في دول العالم الثالث هي كون هذه الدول ذات تجربة حديثة في مفهوم الحرية، والبعض في هذه الدول لا يزال يخلط بين مفهومي الحرية والفوضى، وهذه إشكالية كبيرة حيث الخلط بين حرية التعبير عن الرأي والحركة وحرية الفوضى.

■ أليس من الممكن أن تكون فوضى خلاقة؟

- ليس هناك ما يسمى فوضى خلاقة، الفوضى هي فوضى وهي هدامة بالدرجة الأولى والأخيرة، ومصطلح كمصطلح الفوضى الخلاقة ما هي إلا تعابير يراد بها اللف والدوران على عقولنا، الفوضى غير خلاقة، طالما دخلنا في منطوق الفوضى، فلن يكون هناك نظام وعقلانية ومنطق، وإذا خلت أية منظومة حياتية من هذا المثلث لم تعد خلاقة وإنما هدامة.

خطاب غير موحد

■ بماذا تعزي عدم وجود خطاب إعلامي عربي موحد؟

- أعزي ذلك بأن الهوية الإقليمية العربية تطغى على الهوية القومية العربية، بمعنى أن كل إقليم في دنيا السيادة الإقليمية والهوية الوطنية وسيادة العنصر الوطني على ما عداه من عنصر قومي الذي كان سائداً في الخمسينات والستينات والسبعينات، زاد عليه الآن التمسك بالسيادة الإقليمية والعنصر الوطني الداخلي، فكلٌ له كرامته الإقليمية الذي تعن عليه كثيراً، حيث التمسك بالهوية المصرية مثلاً أو الهوية السعودية أو .... إلخ.

ونحاول جاهدين، خصوصاً في لجنة الإعلام العربي في جامعة الدول العربية أن نخرج منها بخطاب إعلامي يعكس نقاط التوحد الأساسية والاتفاق والالتقاء دون النقاط الأخرى.

■ كيف السبيل للنهوض بالإعلام العربي؟

- أن يتخلى عن نعرته الإقليمية المحدودة .. لابد أن نرقى بالإعلام إلى ما يحقق أهدافنا العربية القومية، وعليه لابد من تحديد إشكالياتنا التي تواجهنا بشكل جمعي حتى نحدد أساليب المواجهة والحل والعلاج، هناك على سبيل المثال حملة غربية في بعض الدول ضد الإسلام بكل مفرداته، تارة ضد الرسول الأعظم ﷺ وتارة ضد مفردات الإسلام أو جزئياته وسلوكياته والمنهج الإسلامي عامة، وقد بدأنا بالفعل في السنوات الأخيرة نرصد هذه الحملات ونعد لها في اللجنة الدائمة لجامعة الدول العربية أساليب المواجهة، لكي نصل بالإعلام العربي إلى إعلام فاعل في مواجهة مشاكلة دون انعزال عن الآخر..

■ هل صحيح أن الإعلام العربي منغمسٌ في دعاية الكلمة، دونما اهتمام بدعاية الفعل؟

- قد يكون في جزئية من جزئياته، وأنا أرجع ذلك إلى ثراء اللغة العربية، فمشق الكلام انعكس حتى على أدواتنا في التعبير الإعلامي، وعلينا أن نحدد أولوياتنا ومشكلاتنا في البداية، ومن ثم فإن لكل ضائقة أو عقبة إعلامية مفردة إعلامية محددة في التعامل، إن استخدمناها سنتحول لا محالة من ركن الكلام إلى ركن الفعل!

البحرين في المقدمة

■ ما رأيك في الصحافة الخليجية؟

- أنا من المعجبين بالنقلة الإعلامية والصحفية في منطقة الخليج، وعلى تتبع مستمر لصحافة العالم بشكل عام وصحافة منطقة الخليج بشكل خاص لما لها من أولوية استراتيجية لدينا، ومن ثم فإن ما يجري على الساحة الإعلامية والصحفية في الخليج يثير انتباهنا لما تتمتع به من مساحة حرية إعلامية واسعة تتعدد وتتفاوت من دولة لأخرى. وإن كانت السمة الغالبة تشهدها مملكة البحرين، الكويت، قطر، والمملكة العربية السعودية.

إن الصحافة كريمة هذه المجتمعات، كما أنها كريمة للعالم العربي كله التي تعكس القضايا والمشكلات والحلول التي يجب أن يأخذها صناع القرار.

■ والحضور الإعلامي النسائي، ما تقييمكم له؟

- يشكل أغلبية كاسحة، وللمرأة العربية مكانة لا يستهان بها من حيث الانتشار والكثافة، كما أن للمرأة الخليجية مكانة الصدارة والحظوة والصفوة، وأستطيع أن أضرب لك مثلاً عندنا في جمهورية مصر العربية، تحديداً في هيئة الاستعلامات المصرية الجهة المؤسسية الرسمية في مصر والجناح السياسي لوزارة الإعلام بها حوالي 5600 عامل، قد تدهشين أن من 60- 65٪ (الثلثين) نساء. والإسلام يعكس مفهوم تمكين المرأة بأدق صوره!

■ ولكن البعض يقول إن التمكين السياسي ما هو إلا مشروع دمقرطة غربي.

كل بلد يعكس طبيعة عاداته وتقاليده، ولا أعتقد أنه بعاداتنا وتقاليدنا سوف ننساق وراء دعوة غربية لا تتوافق أو تتواءم مع قيمنا ومبادئنا، ومن ثم ما يعكسه مفهوم تمكين المرأة هو من صميم الإسلام، حيث احترام المرأة وتقديرها، وهذه شعارات ليست دخيلة على روح وقيم ومبادئ الشريعة الإسلامية.

«الوطن» تحاور رئيس الهيئة العامة للاستعلامات المصرية في القاهرة

مصطلح الفوضى الخلاّقة لا يعني غير الهدم والتدمير

لا يوجد خطاب إعلامي عربي موحد لأن الإقليمية تطغى على القومية

لا وجود للواسطة في اختيار من يمثل مصر في الخارج